

ENTHÜLLT – DIE GESCHICHTEN HINTER DEN VERPACKUNGEN

KÜHLSCHRANKZUBEHÖR INS RECHTE LICHT SETZEN

Der Kühl- und Gefriergerätehersteller Liebherr hat ein großes Zubehörsortiment im Angebot, das bisher nur über den Kundendienst verschickt wurde. Die Verpackungsdesign-Agentur Pacoon unterstützte das deutsche Unternehmen dabei, die Mehrwertprodukte attraktiv für den Handel zu verpacken und am „Point of Sale“ zu präsentieren.

Liebherr ist als Hersteller von Kühl- und Gefriergeräten höchster Qualität bekannt, die langlebigen Produkte bereiten den Kunden somit viele Jahre Freude. Mit der Zeit möchten viele ihr Küchenmöbel individualisieren und die Funktionalität sowie den Komfort erhöhen.

Die passenden Ersatz- und Zubehörteile bietet der Hersteller energieeffizienter Geräte schon lange an, von der Butterdose über Aktivkohlefilter, Flaschenborde, Kälteakkus und Wasserfilter bis hin zu digitalen Steuerungssystemen gibt es nahezu alles. Nur waren diese Produkte bisher nur über die Handelskataloge oder durch Onlinesuche vom Verbraucher zu finden. Als Schnittstelle fungierte der Kundendienst, der die gewünschten Teile auf Anforderung verschickte.

Das wollte das Familienunternehmen ändern, gewünscht war neben dem Vertrieb über einen eigenen Online-Shop auch die Vermarktung von Zubehör im Fachhandel. Nur: Wie konnte es gelingen, dem Verbraucher das Zubehörsortiment näherzubringen? Die Münchner Verpackungsdesign-Agentur Pacoon überzeugte Liebherr mit ihrer Konzeption zur Gestaltung von verkaufsfördernden Verpackungen. Das Ergebnis lässt sich sehen und ist gut zu sehen. Kunden finden nun in den Regalen internationaler Fachgeschäfte eine Auswahl von attraktiv verpackten Zubehörteilen.

Verdichtung des Sortiments auf gängige Artikel

Bis es dazu kam, mussten Agenturleiter Peter Désilets und sein Team tief in die Lager- und Logistiksituation bei Liebherr eintauchen, um die



Das gesamte Liebherr-Zubehörsortiment wurde auf gängige Artikel verdichtet und sinnvoll standardisiert. (Bild: Pacoon)

Peter Désilets, Leiter Agentur Pacoon in München. (Bild: Pacoon)





Zum Konzept von Pacoon gehörte auch die Entwicklung eines Präsenters, mit dem ausgewähltes Zubehör direkt am Produkt präsentiert werden kann. Zu sehen sind auch die Farbkennzeichnungen der verschiedenen Produkte. (Bild: Pacoon)

vielen, in verschiedenen Werken gefertigten Zubehörteile zu berücksichtigen. Je nach Kühlschrankmodell waren sie verschieden kombinierbar. Nicht zuletzt mussten auch die Vorstellungen der Vertriebspartner berücksichtigt werden.

In intensiven Beratungen mit Liebherr wurde das zu verpackende Sortiment auf acht besonders gängige Artikel in knapp 30 Varianten verdichtet. Pacoon entwickelte dann, in Kooperation mit einem Druckdienstleister, ein standardisiertes Verpackungskonzept aus elf verschiedenen Sortimentkartons, denen die Zubehörteile über Produktfamilien zugeordnet wurden. Für jede Familie wurden Inlays entwickelt, in die die einzelnen Komponenten transportsicher fixiert und in die Kartons eingelegt werden konnten.

Auf die richtige Fotoperspektive kommt es an

Nachdem die Kartongrundlagen geklärt waren, ging es schließlich um die Gestaltung von Verpackungen und Präsentern. Gewünscht war von Liebherr eine hochwertige Anmutung. Die Sortimentsteile sollten als „Hero“-Produkt dargestellt werden. Wieder war es die Aufgabe von Pacoon, die reale Produktvielfalt durch sinnvolle Standardisierung handhabbar und attraktiv zu gestalten: Peter Désilets verrät: „Dafür haben wir die Fotoperspektive der Produkte so gewählt, dass die Unterschiede für den Verbraucher kaum erkennbar sind.“ Gezeigt wurden nicht Details, sondern attraktive Aufnahmen des Typs. „So werden beispielsweise die unterschiedlichen Aktivkohlefilter nur von der Unterseite gezeigt. Die wesentlichen Merkmale rechteckig oder rund sind erkennbar, nicht aber die Länge und weiteren Maße der insgesamt vier Filter“, erläutert er.

Was sich konkret im Karton befindet, verraten eine Strichzeichnung und ein zusätzlicher Farbcode, der die Differenzierung im Lager, im Regal und für den Endkunden vereinfacht. Jede Verpackung weist ein weiteres, sehr nützliches grafisches Element auf, das Fehlkäufe vermeiden hilft: Ein QR-Code lädt die Verbraucher ein, ihn zu scannen und daraufhin Informationen aufs Smartphone zu bekommen, zu welchen Liebherr-Modellen das Zubehörteil passt. [Pj](#)



Highlighting Refrigerator Accessories

The Swiss refrigerator manufacturer Liebherr has always offered its devices together with a wide range of accessories, which could be ordered via the retailers. In cooperation with the Munich-based packaging design agency Pacoon, Liebherr has developed a concept that puts the focus on the attractively packaged accessories and presents the same at the „Point of Sale“ to promote their sale. One important task of the agency was to effectively compress and consolidate the existing product diversity and respectively establish a standardized packaging concept.